

**HUBUNGAN PERSEPSI TERHADAP BUDAYA ORGANISASI
DENGAN INTENSI *TURN OVER* PADA KARYAWAN**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi**

Oleh :

R, Ario Muhammad Nur

F.100 050 282

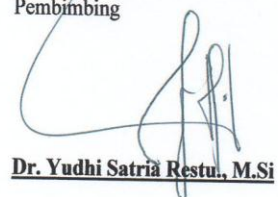
**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2018**

**HUBUNGAN PERSEPSI TERHADAP BUDAYA ORGANISASI
DENGAN INTENSI *TURN OVER* PADA KARYAWAN**

Yang diajukan oleh :
Raden Ario Muhammad Nur
F.100050282

Telah disetujui untuk dipertahankan
di depan Dewan Penguji

Telah disetujui oleh
Pembimbing



Dr. Yudhi Satria Restu, M.Si

Tanggal 20 Desember 2017

**HUBUNGAN PERSEPSI TERHADAP
BUDAYA ORGANISASI DENGAN INTENSI *TURN OVER*
PADA KARYAWAN**

Yang diajukan oleh :
Raden Ario Muhammad Nur
F.100050282

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal
27 Desember 2017
Dan dinyatakan Telah memenuhi syarat

Penguji Utama

Dr. Yudhi Satria Restu M.Si

Penguji Pendamping I

Achmad Dwityanto, S.Psi., M.Si

Penguji Pendamping II

Drs. Mohammad Amir, M.Si., Psikolog

Surakarta, 27 Desember 2017

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Psikologi

Dekan



(Dr. Moordiningsih, M.Si., Psikolog)

SURAT PERNYATAAN

Bismillahirrohmanirrohim.

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : R. Ario Muhammad Nur

NIM : F. 100050282

Fakultas/Jurusan : Psikologi / Psikologi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Menyatakan bahwa dalam Naskah Publikasi ini dengan judul “**HUBUNGAN PERSEPSI TERHADAP BUDAYA ORGANISASI DENGAN INTENSI *TURN OVER* PADA KARYAWAN**” bukan merupakan Naskah Publikasi dari pembuatan jasa. Dan tidak terdapat karya ataupun pendapat yang pernah di terbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis sesuai ketentuan yang berlaku dan telah di cantumkan pada Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya. Apabila di kemudian hari terdapat hal – hal yang bertentangan, saya bersedia menerima konsekuensi.

Alhamdulillahirobilalamin.

Surakarta, 31 Desember 2017

Yang menyatakan



R. Ario Muhammad Nur

F. 100050282

HUBUNGAN PERSEPSI TERHADAP BUDAYA ORGANISASI DENGAN INTENSI *TURNOVER* PADA KARYAWAN

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara persepsi terhadap budaya organisasi dengan intensi turnover karyawan. Hal ini dilandasi makin banyaknya karyawan potensial suatu organisasi yang berpindah kerja ke organisasi lain yang memberikan budaya organisasi yang lebih baik, tentu saja menurut persepsi individu tersebut. Beranjak dari permasalahan tersebut, ingin diketahui apakah persepsi terhadap budaya organisasi memiliki pengaruh terhadap keinginan atau niat atau intensi seseorang untuk keluar dari organisasi. Adapun prasarat subyek penelitian ini adalah karyawan atau karyawan yang bekerja di suatu organisasi berbentuk perusahaan pembiayaan swasta dengan masa kerja minimal 1 (satu) tahun. Melalui analisis korelasi *spearman rank* diperoleh adanya hubungan negatif yang sangat signifikan antara Persepsi terhadap Budaya Organisasi dengan Intensi *Turnover* pada karyawan. Dengan koefisien korelasi (r_{xy}) sebesar -0.459 ($p < 0,01$). Sementara koefisien determinasinya $(r_{xy})^2 = 0,211$ yang berarti sumbangan efektif variabel persepsi terhadap budaya organisasi terhadap intensi *turn over* adalah sebesar 21,1%, sedangkan 68,9 % sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain. Penelitian ini menghasilkan suatu kesimpulan bahwa makin positif persepsi karyawan terhadap budaya organisasinya, maka makin kecil intensi *turn over*-nya. Sebaliknya, makin negatif persepsi karyawan terhadap budaya organisasi, maka makin besar intensi karyawan untuk *turn over* atau pindah kerja.

Kata Kunci : Budaya, organisasi, *turn over*, karyawan

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between perceptions of organizational culture with employee turn over intentions. This is based on the increasing number of potential employees of a organizational switching to another organizational that provides a better organizational culture, of course, according to the individual's perception. Moving from these problems, the author wants to know whether the perception of organizational culture has an influence on the desire or intention or intention of someone to get out of the organizational. The prasarat subject of this research is employees or employers who work in organizational a private financing company with a minimum 1 (one) year working period. Through spearman rank correlation analysis obtained a very significant negative relationship between Perceptions of Organizational Culture with Intensity Turn over employees. With the correlation coefficient (r_{xy}) of -0.459 ($p < 0.01$). While the coefficient of determination $(r_{xy})^2 = 0,211$ which means effective contribution of perception variable to organizational culture to turn over intention is equal to 21,1%, while 68,9% rest influenced by other variables. This study resulted in a conclusion that more positive the perception of employees to their

organizational culture, the smaller the intention of its turn over. Conversely, the more negative the employee's perceptions of the organizational culture, the greater the intentions of employees to turn over or change jobs.

Keywords : *organizational, culture, turn over, employer*

1. PENDAHULUAN

Akhir-akhir ini semakin gencar pembicaraan yang berkaitan dengan masalah sumber daya manusia, khususnya ditengah-tengah kondisi krisis semacam ini sumber daya manusia menjadi sorotan penting. Fokus utama dari hal tersebut adalah meskipun kondisi atau situasi perekonomian berubah-ubah sumber daya manusia selalu dibutuhkan, sebab bagaimanapun modernnya perusahaan tanpa tenaga manusia tidak dapat berjalan dengan sendirinya. Hal itu relevan dengan pernyataan dari Silalahi (1983) bahwa tenaga manusia atau sumber daya manusia itu perlu, dengan asumsi bahwa : (a) manusia mempunyai potensi sumber daya yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya; (b) perencanaan tenaga kerja sebagai suatu kegiatan tersendiri sudah tidak dapat dipertahankan tanpa melibatkan pembinaan sumber daya manusia.

Masalah perpindahan karyawan saat ini menjadi topik yang sering diberitakan. Bahkan terkadang hal tersebut menjadi senjata bagi perusahaan-perusahaan yang saling bersaing untuk mengalahkan perusahaan saingannya dengan memberikan iming-iming jaminan yang lebih menggiurkan kepada manajer/karyawan yang potensial di perusahaan saingannya tersebut, yang saat ini lebih dikenal dengan istilah "pembajakan karyawan". Permasalahan mengenai *turnover* karyawan akan selalu menjadi perbincangan yang hangat terutama bagi para pakar serta praktisi HR di kancah dunia bisnis. *Turnover* telah dianggap menjadi permasalahan penting yang mengganggu operasional sebuah perusahaan. Seorang pimpinan HR dalam sebuah perusahaan harus memastikan bahwa organisasi yang mereka pimpin telah berusaha menahan karyawan yang terbaik. Data dari Hay Group menunjukkan beberapa fakta menarik seperti:

- a) Terdapat bukti nyata bahwa rasio *turnover* karyawan meningkat. Hal ini terjadi secara konsisten pada semua sektor industri termasuk sektor-sektor yang dianggap aman dan setia seperti oil & gas dan sektor pertambangan.

Rata-rata *turnover* karyawan pada industri migas dan pertambangan yang mencapai 12%, pada perbankan nasional mencapai 10-11%, sektor manufaktur yang berkisar 8% per tahun.

- b) Beberapa industri dengan pertumbuhan tinggi seperti asuransi dan perbankan adalah industri yang paling tinggi *turnover*-nya. Beberapa analis memprediksikan akan sulit bagi sektor-sektor ini untuk mengembangkan kapabilitas internal karena pertumbuhan revenue yang lebih cepat daripada pertumbuhan organisasi, karena itu adalah hal yang logis untuk membajak *talent* eksternal.
- c) Consumer goods dalam waktu lima tahun ke depan adalah sektor industri yang memproduksi *talent* paling banyak dibanding sector lain. Hal ini karena kesamaan model operasi dibandingkan dengan sektor-sektor lain.

Lambert dkk (2001), menyatakan dalam studinya bahwa *turnover* karyawan dapat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan kerja; Hal ini juga dinyatakan bahwa, terjadinya turnover karyawan bisa menyebabkan rendahnya tingkat kepuasan kerja karyawan. Apabila terjadi penurunan turnover karyawan, hal ini menunjukkan adanya peningkatan kinerja organisasi sehingga bisa mengurangi biaya rekrutmen karyawan, dan pelatihan kembali karyawan baru, Egan dkk. (2004). Dalam penelitian sebelumnya, Ozturk (2014) menyatakan bahwa merekrut karyawan baru yang sesuai dengan budaya organisasi dapat menjadikan organisasi secara efektif mengurangi intensi *turnover* karyawan

Akhir-akhir ini sering disebut-sebut tentang adanya budaya perusahaan sebagai unsur penting dalam menekan tingkat turnover karyawan (Susanto, 1997). Menurut Tani (1990), budaya perusahaan merupakan suatu kekuatan yang tak terlihat yang mempengaruhi pemikiran, perasaan, pembicaraan maupun tindakan manusia yang bekerja dalam perusahaan. Budaya perusahaan mempengaruhi persepsi mereka, menentukan dan mengharapkan bagaimana cara individu dalam bekerja sehari-hari dan dapat membuat individu tersebut merasa senang menjalankan tugasnya. Surodjo (1991) menyebutkan budaya perusahaan merupakan sekelompok pemikiran dasar atau program mental yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi kerja. Budaya perusahaan

merupakan kumpulan nilai yang dengan sengaja diambil dan dikembangkan oleh pemilik (*founders*), untuk dijadikan pegangan dalam bersikap oleh seluruh karyawan. Biasanya budaya perusahaan diawali dengan keluarnya aturan perusahaan. Oleh karena itu pengaruh manajemen sangat penting dalam proses awal pembentukan perusahaan (Burrack, 1988). Berdasarkan definisi budaya perusahaan yang telah dikemukakan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa budaya perusahaan adalah suatu sistem nilai dan keyakinan bersama yang diambil dan dikembangkan oleh perusahaan dari pola kebiasaan dan falsafah dasar pendirinya yang saling berinteraksi terbentuknya menjadi aturan atau norma yang dipakai sebagai pedoman dalam berpikir dan bertindak dalam usaha mencapai tujuan perusahaan. Morgan dan Hunt (1994) berpendapat bahwa keputusan karyawan untuk berkomitmen pada hubungan dengan perusahaan dipengaruhi oleh nilai dan kepercayaan bersama, sedangkan kepercayaan dipengaruhi dengan nilai bersama. Dalam beberapa studi lain, Enz dan Wiener (1988) menegaskan bahwa nilai bersama dipelajari sebagai dasar budaya organisasi. Jadi dapat dikatakan bahwa segala sesuatu yang ada dalam perusahaan, termasuk didalamnya cara berpikir, bersikap dan bertindak laku dipengaruhi oleh budaya yang ada dalam perusahaan. Dalam penelitian sebelumnya, Ahmet Ozturk (2014) lebih mempertegas bahwa merekrut karyawan baru yang sesuai dengan budaya organisasi dapat menjadikan organisasi secara efektif mengurangi intensi *turnover* karyawan.

Asumsi yang dikembangkan disini apabila persepsi karyawan terhadap budaya perusahaan positif maka diharapkan terjadinya satu visi dalam berpikir, bersikap dan bertindak laku sehingga dapat membuat mereka merasa senang menjalankan tugasnya, pada akhirnya membuat karyawan merasa kerasan dan betah bekerja di perusahaan tanpa adanya keinginan/niatan untuk keluar dan pindah ke perusahaan lain (intensi *turnover*). Diumpamakan karyawan yang bekerja di perusahaan sebagai anak panah maka mereka memiliki arah/tujuan yang berbeda-beda yang bisa jadi berlawanan dengan arah/ptujuan perusahaan, maka diperlukan suatu penyatuan pandangan guna mengikat dan mengarahkan anak panah-anak panah tersebut ke satu tujuan

yang sama.

Berdasarkan uraian diatas, yang menjadi hipotesis adalah ada korelasi yang negatif antara persepsi terhadap budaya perusahaan dengan intensi *turnover*.

2. METODE PENELITIAN

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi terhadap budaya perusahaan (variabel *X*) dan Intensi *Turnover* (variabel *Y*). Sedangkan subyek dalam penelitian ini adalah karyawan dan karyawan dari sebuah perusahaan pembiayaan (*finance*) cabang

Solo dengan karakteristik sebagai berikut : karyawan atau karyawan yang bekerja di suatu perusahaan pembiayaan swasta yang telah bekerja minimal selama 1 (satu) tahun, baik dengan status kontrak maupun karyawan tetap.

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah 2 (dua) skala, yaitu:

1) Skala Persepsi terhadap Budaya Perusahaan .

Berdasarkan analisis item, dari 55 item skala Persepsi terhadap Budaya Perusahaan, keseluruhan item dinyatakan valid. Penetapan item yang valid didasarkan atas indeks diskriminasi (r_{bt}) $> 0,300$ (Azwar, 2012). Hasil uji validitas menunjukkan bahwa item-item dalam angket tersebut memiliki koefisien korelasi aitem-total (r_{bt}) = 0,328 sampai dengan 0,822. Selanjutnya pada item yang valid dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan teknik koefisien alpha dari Cronbach menunjukkan angket ini mempunyai koefisien alpha (α) = 0,976.

2) Skala Intensi *Turnover*.

Berdasarkan analisis item, dari 35 item skala, keseluruhan item dinyatakan valid. Penetapan item yang valid didasarkan atas indeks diskriminasi (r_{bt}) $> 0,300$ (Azwar, 2012). Hasil uji validitas menunjukkan bahwa item-item dalam angket tersebut memiliki koefisien korelasi aitem-total (r_{bt}) = 0,3210 sampai dengan 0,731. Selanjutnya pada item yang valid dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan teknik koefisien alpha dari Cronbach menunjukkan angket ini mempunyai koefisien alpha (α) = 0,946.

3. PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ada hubungan negatif yang signifikan antara persepsi terhadap budaya perusahaan dengan intensi *turnover* karyawan. Dengan demikian hipotesis penelitian yang menyatakan ada hubungan negatif antara persepsi terhadap budaya perusahaan dengan intensi *turnover* karyawan dapat diterima. Artinya semakin positif persepsi terhadap budaya perusahaan dalam suatu organisasi maka intensi *turnover* karyawan akan semakin rendah. Semakin kuat kemampuan sebuah organisasi dapat menciptakan budaya perusahaan yang kuat dalam lingkungan kerjanya, yang dapat dilihat dari tingkat persepsi dan pemahaman anggota terhadap budaya perusahaannya, berarti akan semakin rendah keinginan/intensi anggotanya untuk melakukan *turnover* atau pindah kerja.

Deal and Kenedy (1986) menyatakan bahwa baik iklim organisasi secara khusus maupun penjabarannya dalam budaya suatu perusahaan secara umum yang dirasa bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan serta keinginan individu akan dipersepsi sebagai budaya yang baik atau positif. Sosialisasi budaya perusahaan yang demikian kemudian menimbulkan perasaan terpenuhi pada individu, perasaan berarti dan dihargai. Akibat lebih lanjut adalah meningkatkan kemauan anggota untuk berpartisipasi dalam aktivitas-aktivitas organisasi, memiliki tanggung jawab terhadap tujuan-tujuan organisasi, adanya loyalitas terhadap organisasi tersebut dan akan mempengaruhi sikap dan perilaku individu untuk tidak meninggalkan perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung oleh pendapat Sathe (1985) mengemukakan bahwa suatu budaya perusahaan yang merupakan penterjemahan dari visi, misi kode etik, falsafah atau nilai-nilai kerja sangat berpengaruh terhadap betah atau tidaknya seorang karyawan untuk tetap maju dan berkembang bersama organisasi tempatnya bekerja. Hal ini juga didukung oleh Susanto (1997) yang mengatakan bahwa salah satu manfaat yang dapat diperoleh perusahaan apabila budaya perusahaan dapat disosialisasikan dengan baik adalah sebagai salah satu unsur yang menekan tingkat *turnover*, artinya dapat mendorong sumber daya manusia untuk tetap berkembang bersama perusahaan.

Pendapat Tani (1990) juga mendukung hasil penelitian ini, dalam pandangannya budaya perusahaan merupakan suatu kekuatan yang tidak terlihat yang mempengaruhi pemikiran, perasaan, pembicaraan maupun tindakan manusia yang bekerja dalam perusahaan sehingga mempengaruhi persepsi mereka untuk senang menjalankan tugas sehari-harinya. Pendapat itu didukung oleh Syamsi (1991) yang mengatakan bahwa suatu persepsi yang positif terhadap budaya perusahaan dapat menciptakan suatu ethic positif (sikap-sikap positif yang mendukung kinerja perusahaan) dan apabila selalu dipelihara dan dikembangkan baik oleh manajemen puncak maupun karyawan maka tidak ada alasan bagi mereka untuk keluar dari perusahaan.

Konsep pendukung lain diberikan oleh Steer dan Porter (1983) serta Reichers (1986) yang mengatakan bahwa suatu kekuatan relatif dari identifikasi individu dan keterlibatannya dengan organisasi kerja tertentu ditentukan oleh adanya, pertama, keyakinan yang kuat dan penerimaan tujuan serta nilai-nilai yang dimiliki organisasi, kedua, kemauan untuk berusaha keras sebagai bagian dari organisasi, ketiga, terdapatnya keinginan untuk mempertahankan diri agar tetap dapat menjadi anggota organisasi (tidak memunculkan intensi untuk *turnover*). Lebih lanjut lagi dikatakan bahwa di dalamnya terkandung suatu kebanggaan terhadap diri individu dengan menerima tujuan dan nilai-nilai organisasi kerja yang dianggapnya sesuai dengan miliknya sendiri. Oleh karenanya individu tersebut ingin mempertahankan keanggotaannya dalam organisasi. Hal ini diwujudkan dengan berusaha turut serta, aktif dalam usaha pencapaian tujuan organisasi kerja tersebut.

Dari hasil analisis data diperoleh koefisien determinasi $(r_{xy})^2 = 0,211$. Hal ini berarti bahwa sumbangan efektif persepsi terhadap budaya perusahaan terhadap intensi *turnover* yaitu sebesar 21,1 % dan sisanya sebesar 68,9 % adalah pengaruh dari variabel lain. Hal ini dapat dijelaskan karena banyak faktor-faktor lain yang turut mempengaruhi intensi *turnover* karyawan. Mowday (1982) mengatakan pekerja yang memiliki rasa keikatan yang kuat terhadap perusahaan tempat ia bekerja, berarti mempunyai dan membentuk suatu perasaan memiliki, rasa aman, rasa kepenuhan tujuan dan arti hidup serta gambaran diri yang positif

yang berakibat secara langsung yaitu menurunnya dorongan diri untuk berpindah pekerjaan. Mobley (1986) memandang dari sudut lain mengenai faktor yang mempengaruhi intensi *turnover*. Ia memandang bahwa faktor lama kerja bisa mempengaruhi intensi *turnover* seseorang. Hal ini juga dikatakan oleh Strauss dan Sayles (1980) bahwa pada lima tahun pertama seorang pekerja akan keluar dan mencari perusahaan lain karena pekerja tersebut pada tahun-tahun pertama sulit menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi kerjanya serta kurangnya sosialisasi awal.

Sementara Gallerman (1987) mengatakan bahwa pekerja muda umumnya mempunyai tingkat harapan dan ambisi yang tinggi. Namun demikian banyak perusahaan menempatkan orang-orang tersebut pada pekerjaan dan kedudukan yang kurang berarti, dengan tugas-tugas yang rutin dan sedikit tantangan. Pada umumnya perusahaan-perusahaan itu beralasan, bahwa pekerja-pekerja muda itu masih kurang mampu bertanggung jawab, perlu belajar bagaimana bekerja yang baik dari awal, dan ironisnya sebagai suatu langkah mengurangi *turnover* (perusahaan beranggapan bahwa pekerja muda akan cukup puas dengan posisi yang tidak terlalu memberatkan pekerja itu). Tetapi yang muncul sama sekali berlawanan dengan harapan perusahaan. Para pekerja muda itu merasa tidak mendapatkan tantangan pekerjaan, menjadi bosan dengan tugas-tugas rutin, dan merasa kecewa karena mereka seolah-olah mempunyai masa depan yang tidak begitu cemerlang. Akibatnya jelas, mereka akan berusaha meninggalkan perusahaan itu begitu ada kesempatan.

Dalam penelitian ini juga dapat diketahui bahwa sebagian besar karyawan memiliki persepsi yang positif terhadap budaya organisai perusahaannya, hal ini bisa dilihat dari hasil rerata empiris (\bar{X}_e) variabel persepsi terhadap budaya perusahaan = 142,41 dan rerata hipotetiknya (\bar{X}_h) = 137,5. Data ini menunjukkan bahwa tingkat persepsi karyawan perusahaan tersebut terhadap budaya perusahaannya termasuk di atas rata-rata.

Intensi *turnover* di perusahaan juga cenderung rendah, hal ini dapat dilihat dari rerata empirik variabel (\bar{X}_e) variabel intensi *turnover* = 85,61 dan rerata

hipotetiknya (\bar{X}_h) = 87,5. Data ini menunjukkan bahwa tingkat intensi *turnover* karyawan pada sebuah perusahaan pembiayaan (*finance*) cabang Solo bawah rata-rata. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya persepsi karyawan secara umum menyebabkan intensi *turnover* dari karyawan perusahaan tersebut cenderung rendah.

4. PENUTUP

Penelitian ini menghasilkan suatu kesimpulan bahwa ada korelasi negatif antara persepsi terhadap budaya perusahaan dengan intensi *turnover*. Makin positif persepsi karyawan terhadap budaya perusahaannya, maka makin kecil intensi *turnover*-nya. Sebaliknya, makin negatif persepsi karyawan terhadap budaya perusahaannya, maka makin besar intensi karyawan untuk *turnover* atau pindah kerja. Sumbangan efektif persepsi terhadap budaya perusahaan terhadap intensi *turnover* yaitu sebesar 21,1 % dan sisanya sebesar 68,9 % adalah pengaruh dari variabel lain. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis maupun teori yang diajukan. Hal ini memberikan bukti bahwa pada karyawan, persepsi mereka terhadap budaya perusahaannya menentukan niat atau intensi mereka untuk pindah kerja ke perusahaan lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. 2012. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. 2012. *Penyusunan Skala Psikologis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Burrack, E.S. 1988. *Creative Human Resources Planning and Applications: A Strategic Approach*, Engelwood Cliffs, New Jersey: Prentice - Hall Inc.
- Davis, K. dan Newstrom, J.W. 1989. *Human Behavior at Work: Organizational Behavior*. Singapore: McGraw Hill Book Company Inc.
- Deal and Kenedy A.A, 1986. *Corporate Culture: The Rites and Rituals of Corporate Life*. Massachusetts: Addison Wesley Publising Company, Inc.
- Gallerman, S. W. 1987. *Motivasi dan Produktifitas* (diterjemakan oleh S. Wondoyo). Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Habib, Salman dkk. 2014. The Impact of Organizational Culture on Job Satisfaction, Employess Commitment and Turn over Intention. *Advances*

in Economics and Business 2(6): 215-222

- Maier, N.R.F., 1971. *Psychology in Industry*. Cambridge: The Riverside Press.
- Mobley, W.H., Griffetti, R.W., Hand, H.H, dan Meglino, B.M., 1979. Review and Conceptual Analysis of The Employee Turnover Process. *Psychology Bulletin*. Vol. 86. Hal. 53-59.
- Mobley, W.H., 1986. *Pergantian Karyawan: Sebab-Akibat dan Pengendaliannya*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Mowday, R.T., Porter, L.W., & Steers, R.M., 1982. *Employee-Organization Linkage: The Psychology of Commitment, Absenteeism, and Turnover*.
- Ozturk, B. A., Hancer, M. & Wang, C. Y. (2014). Interpersonal trust, organizational culture and turnover intention in hotels: A cross level perspective. *Tourism Analysis*, 19(2), 139-150.
- Porter, L.W. dan Steers, R.M., 1973. Organizational, Work and Personal Factors in Employee Turnover and Absenteeism. *Psychological Bulletin*. Vol. 59. Hal. 603-609.
- Reichers, 1986. *The Constraints of Corporate Tradition*. New York: Harper & Row Publishers.
- Robbins, S.P. 1991. *Organizational Behavior : Concepts, Controversies and Application*. Fifth Edition. Engelwood Cliffts : Prentice - Hall.
- Sathe, Vijay. 1985. *Culture and Related Corporate Realities: Text, Cases, and Readings on Organizational Entry, Establishment, and Change*. McGraw Hill Book Company Inc.
- Silalahi, 1989. Pegawai Negri Senior Banyak Pindah ke Swasta. *Sinar Pagi*, 15 September 1989.
- Strauss, G. & Sayles, L.R., 1980. *Personnel The Human Problems of Management*. New Delhi: Prentice-Hall of India.
- Susanto, A.B., 1997. *Budaya Perusahaan..* Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia.
- Syamsi, S.S., 1991. Budaya Perusahaan: Suatu Faktor Penting untuk Keberhasilan Perusahaan. *Artikel*. Visi Trampil: Majalah Mingguan Gatra.
- Tani, 1990. Budaya Perusahaan. *Artikel*. Manajemen dan Usahawan Indonesia No.12, Maret 1990.